

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: A. Meyer
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 30. August 1952 - 52. Jahrgang - Nr. 35

Die Arbeitsbeschaffungsreserven

Es gehört zur planmässigen Zukunftsvorsorge, dass man in guten Jahren an schlechte Zeiten denkt. So wie jeder Privathaushalt darnach trachtet, in guten Zeiten Ersparnisse zum Schutze vor drohenden Wirtschaftsgefahren anzulegen, so geht das Streben einer jeden auf Dauer gerichteten Unternehmung dahin, aus den Erträgen *Reserven* zu bilden, die es ermöglichen sollen, in Zeiten wirtschaftlicher Depression durchzuhalten, Rückschläge und Verluste zu überwinden. Auf diese Überlegungen stützen sich übrigens auch die obligationenrechtlichen Vorschriften über die Bildung von Reserven. Nun zeigt aber die Erfahrung, dass diese sogenannten Pflichtreserven ihrer Geringfügigkeit wegen nur eine ungenügende Zukunftsvorsorge darstellen. Somit wird also die Bildung zusätzlicher, freiwilliger Reserven unerlässlich, und es dürfte kaum eine verantwortungsbewusste Unternehmungsleitung geben, die auf die Anlage solcher freiwilliger Rücklagen, sei es in der Form der offenen oder der stillen Reserven, verzichten würde.

Werden Reserven nur in dem Umfange angelegt, der notwendig ist, um den in der Zukunft drohenden wirtschaftlichen Gefahren begegnen zu können, so sind sie als *Verlustreserven* anzusprechen; sie sollen es ermöglichen, allfällige Rückschläge und Verluste aufzufangen, um den Weiterbestand der Unternehmung auch in Verlustjahren zu sichern. Übersteigen die aus den Erträgen guter Jahre gebildeten Reserven den zur Verlustdeckung erforderlichen Umfang – der hiefür erforderliche Betrag kann selbstverständlich nicht zum voraus genau festgelegt werden –, so können diese zusätzlichen Rücklagen als *Erweiterungsreserven* bezeichnet werden. Auch bei den Erweiterungsreserven handelt es sich um zusätzliches Eigenkapital, das aus der Rücklage von Erträgen gebildet wurde. Aber im Gegensatz zu den sogenannten Verlustreserven sollen die Erweiterungsreserven dem Ausbau, der Erweiterung des Geschäftes dienen.

Neues Eigenkapital kann ja grundsätzlich auf zwei Arten gebildet werden: durch Neu-Einlagen oder aber aus den Erträgen der Unternehmung. Diese zweite Art der Neubildung von Eigenkapital wird als *Selbstfinanzierung* bezeichnet. Die Selbstfinanzierung hat gegenüber den Neu-Einlagen den grundsätzlichen Vorteil, dass solcherart gebildetes Kapital keinerlei Verzinsung beansprucht und somit das billigste Kapital darstellt.

Für die Genossenschaft ist die Selbstfinanzierung durch Bildung von Erweiterungsreserven aus den Erträgen von wesentlich grösserer Bedeutung als für jede andere Unternehmungsform. Eine auf Erwerb, auf Gewinn ausgerichtete, rein privatwirtschaftliche Unternehmung, die eine ansehnliche Rendite nachzuweisen vermag, wird ohne allzugrosse Mühe neues Eigenkapital auf dem Wege von weiteren Einlagen (Aufnahme von neuen Teilhabern, Erhöhung des Aktienkapitals) erhalten. Auf diese Weise kann im Falle einer sehr raschen Geschäftsentwicklung und -erweiterung das Eigenkapital entsprechend erhöht werden. Die Genossenschaft ist gemäss ihrer ganzen Struktur und Zielsetzung auf eine ruhigere und langsamere Vermehrung ihres Eigenkapitals eingestellt und angewiesen. Bei der regelmässig anzutreffenden Bescheidenheit des Nominalwertes der Anteilscheine vermag auch die mit dem Anwachsen der Mitgliederzahl verbundene Vermehrung des Eigenkapitals (durch die Einzahlungen der neuen Mitglieder) häufig nicht zu genügen, um das Eigenkapital mit der Geschäftserweiterung in Übereinstimmung zu bringen. Der Kapitalbedarf wächst in stärkerem Masse als die Mitgliederzahl. So ist denn die Genossenschaft in viel dringenderem Umfang auf das Mittel der Selbstfinanzierung, auf die Bildung von Erweiterungsreserven, das heisst auf die Bildung von neuem Eigenkapital aus dem Überschuss angewiesen.

Erschwerend wirkt nun auf die Reservebildung der Umstand ein, dass die Beträge, die den Rücklagen zugewiesen werden, als Ertrag zu versteuern sind. Diese Erschwerung kann sich insofern nachteilig auswirken, als sie die planmässige Zukunftsvorsorge beeinträchtigt und abschwächt. Nun ist aber nicht nur die Unternehmung selbst an einer solchen Zukunftssicherung interessiert. Es liegt im gemeinwirtschaftlichen Interesse, dass die Wirtschaft in Konjunkturzeiten Reserven anlegt, damit sie diese in Depressionszeiten krisenmildernd einsetzen kann. Solchen Überlegungen verdanken das Bundesgesetz und die entsprechenden kantonalen Gesetze über die Bildung von Arbeitsbeschaffungsreserven der privaten Wirtschaft ihre Entstehung.

Das *Bundesgesetz über die Bildung von Arbeitsbeschaffungsreserven der privaten Wirtschaft* vom 3. 10. 1951 (in Kraft seit 25. 1. 1952) verfolgt das konjunkturpolitische Ziel, den Ablauf der Wirtschaftstätigkeit ausgleichend zu

beeinflussen und Krisen vorzubeugen, indem es durch das Mittel der Steuerbegünstigung die Unternehmungen der privaten Wirtschaft (obligationenrechtlich gehören auch die Genossenschaften dazu) veranlasst, in Konjunkturzeiten Reserven zu bilden, die in Zeiten der Arbeitslosigkeit für Arbeitsbeschaffungsmassnahmen verwendet werden sollen. Dabei handelt es sich aber nicht um einen unmittelbaren Steuererlass, sondern um eine Steuerrückvergütung, die dann zur Auszahlung gelangt, wenn die für die Arbeitsbeschaffung zurückgestellten Reserven ihrem Zweck zugeführt werden.

Arbeiten, Anschaffungen, Investitionen und Aufwendungen aller Art sollen aus Zeiten wirtschaftlicher Prosperität in Depressionszeiten verlegt werden. Die Vergünstigung besteht in der Vergütung der auf den Einlagen in die Arbeitsbeschaffungsreserven entrichteten Wehrsteuer. Die Vergütung entspricht der Differenz zwischen der Steuer, die vom ungekürzten Gewinn berechnet und bezahlt worden ist, und der Steuer, die sich nach Kürzung des Gewinnes um die Einlage in die Arbeitsbeschaffungsreserven ergeben hätte. Die zu erwartenden Vergütungsansprüche werden vom Bund durch entsprechende Rückstellungen sichergestellt. Die Auszahlung erfolgt, wenn die Arbeitsbeschaffungsreserven bestimmungsgemäss gebildet, angelegt und verwendet wurden. Es wird kein Zwang zur Reservebildung ausgeübt. Der Vergütungsanspruch geht aber verloren, wenn die Unternehmung ihre Arbeitsbeschaffungsreserven vorzeitig auflöst oder nicht vorschriftsgemäss verwendet. Der Bund anerkennt Einlagen in die Arbeitsbeschaffungsreserven ab 1000 Franken pro Jahr bis zur Höhe der halben Jahreslohnsumme, der Hälfte des Versicherungswertes von Anlagen und Mobilien oder der Hälfte des Wertes des Warenlagers, nach Wahl der Unternehmung. Die Reserven sind in der Buchhaltung gesondert auszuweisen. Mindestens 60% davon müssen in Schuldscheinen (Arbeitsbeschaffungsobligationen) des Bundes angelegt und gebunden werden. Diese Obligationen werden marktüblich verzinst und bei Beginn der Arbeitsbeschaffungsaktion zurückbezahlt. Als Arbeitsbeschaffungsmassnahmen sind vom Gesetz anerkannt:

a) Erstellung, Erweiterung, Umbau und Renovation von inländischen Betriebs-, Verwaltungs- und Wohlfahrtsgebäuden, Kantinen, Kläranlagen und Kanalisationen sowie Wohnungen für das Personal der Unternehmung;
b) Anschaffung von schweizerischen Maschinen, Apparaten, Motoren, technischen Einrichtungen und Transportmitteln der Unternehmung.

Der Bundesrat kann weitere Arbeitsbeschaffungsmassnahmen der Unternehmung anerkennen, wenn sie die Exportmöglichkeiten verbessern, die allgemeine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmung heben oder vermehren. Er bestimmt auch im Einvernehmen mit den Kantonen und der Wirtschaft, wann die Arbeitsbeschaffungsmassnahmen durchzuführen sind.

Die von der privaten Wirtschaft zu entrichtenden direkten Steuern entfallen nur zu einem Drittel auf die Bundessteuern, zu rund zwei Dritteln aber auf Staats- und Gemeindesteuern. Die Bundesaktion konnte aus diesem Grunde erst dadurch wirksam gestaltet werden, dass die Kantone auf Grund analoger Gesetze auch die Vergütung der auf den Arbeitsbeschaffungsreserven bezahlten Staats- und Gemeindesteuern ermöglichten. Grundlage der kantonalen Gesetze ist das Bundesgesetz. Begrenzung und Blockierung der Arbeitsbeschaffungsreserven, Auslösung der Arbeitsbeschaffungsaktion und Festsetzung des für die Vergütung anrechenbaren Aufwandes im Anschluss an die nachgewiesene Durchführung der Arbeitsbeschaffungsmassnahme sind Sache des Bundes. Die kantonalen Gesetze brauchen daher im wesentlichen nur noch das Mass der kantonalen und kommunalen Vergütungen (meist auch in Übereinstimmung mit dem Bundesgesetz) zu bestimmen.

Die Aktion zur Förderung der Bildung von Arbeitsbeschaffungsreserven im privaten Sektor der Wirtschaft wird in einer regierungsrätlichen Weisung zum Bundesgesetz bezeichnet als ein neuartiger konjunkturpolitischer Versuch auf lange Sicht, den Ablauf der Wirtschaftstätigkeit ausgleichend zu beeinflussen und Krisen vorzubeugen. Es wird auch darauf hingewiesen, dass Arbeitsbeschaffungsreserven in den Unternehmungen der privaten Wirtschaft eines der zweckmässigsten Mittel zur Beeinflussung der Wirtschaftslage seien. Die überwiegend der Bauwirtschaft zugute kommenden Arbeitsbeschaffungsmassnahmen der öffentlichen Hand werden durch die Arbeitsbeschaffungsmassnahmen der privaten Unternehmungen in erwünschter Weise im Gesamtbereiche der Wirtschaft ergänzt. So sei es am ehesten möglich, Angestellten und Arbeitern in Zeiten wirtschaftlicher Depression die angestammte Tätigkeit am bisherigen Arbeitsplatz zu erhalten. ph.

Erfolgsgrundsätze wissenschaftlicher Geschäfts- und Betriebsführung

Zu einer Publikation von Dr. *E. J. Wisbert*

In der deutschsprachigen betriebswirtschaftlichen Literatur finden wir nicht viele Werke, in denen das für die Praxis wichtigste betriebswissenschaftliche Material in konzentrierter und doch leichtverständlicher Weise wiedergegeben wird. Von den Publikationen dieser Art sei im folgenden das im Verlag von Emil Oesch, Thalwil, erschienene 250seitige Heft «Erfolgsgrundsätze wissenschaftlicher Geschäfts- und Betriebsführung» von Dr. E. J. Wisbert besprochen.

Die interessante Schrift entstand auf Grund jahrelanger Studien in Amerika sowie durch Auswertung massgeblicher betriebswirtschaftlicher Werke und Fachzeitschriften. In knappen Zügen, oft nur in Stichworten oder Fragestellungen, werden sowohl für den industriellen als auch den kommerziellen Gebrauch wichtige Erfahrungsgrundsätze, Wegleitungen und Möglichkeiten klar und einfach dargelegt.

In den einleitenden Kapiteln ist unter anderem die Rede vom Nutzen guter Betriebsanalysen und von der Bedeutung der Betriebspolitik, wobei auch die wesentlichsten Gesichtspunkte, die man im Verkauf berücksichtigen muss, aufgeführt sind.

Ziemlich ausführlich behandelt werden im weiteren personelle Betriebsprobleme, so zum Beispiel das Einstellungsverfahren, die Eignungsprüfung, die Einführung in den Arbeitsposten, Fragen der Personalschulung und

-weiterbildung, der Arbeitspostenanalyse und -bewertung sowie die Lohn- und Prämiensysteme. Die moderne Wirtschaft erlaubt es nicht, im Betriebe an althergebrachten administrativ-bürokratischen Reglementierungen festzuhalten. Wenn die Arbeit eine optimale Einsatzbereitschaft und einen hohen Leistungsgrad erreichen soll, so setzt das voraus, dass das Personal sorgfältig ausgewählt, im Betrieb richtig eingesetzt, bestens trainiert und den Leistungen entsprechend entlöhnt wird.

Ein anderer Abschnitt ist der Beachtung der Wünsche und Anforderungen der Verbraucher gewidmet, der vorteilhaften Präsentation der Erzeugnisse und Packungen, der Bereitstellung in bezug auf Gewicht, Grösse und Stückzahl sowie der Beigabe von Gebrauchsanweisungen.

Die Schrift vermittelt auch für Verkaufsleiter und Einkäufer viele nützliche Ideen. Auf wenig Seiten werden die wichtigsten Probleme und Methoden des Ein- und Verkaufs in lebendiger Weise skizziert, wobei in diesem Zusammenhang auch auf gewisse Gebiete der Marktforschung, Werbung und der Rationalität der Werbemittel eingetreten wird.

Diese wertvolle Sammlung erprobter Erfahrungsgrundsätze der Betriebsführung bietet sowohl dem Praktiker, der zu systematischer Vertiefung in die betriebswirtschaftlichen Geheimnisse wenig Zeit findet, als auch dem geschulten Betriebswirtschafter mancherlei Anregung, so dass wir der Schrift von Dr. Wisbert auch in unsern Kreisen Verbreitung wünschen. *F. Kräuliger*

«Public Relations» und Genossenschaftsdemokratie

Auszug aus dem Bericht des Generalsekretärs der Grosseinkaufsgesellschaft französischer Konsumvereine, *R.-G. Orsini*

(Schluss)

Was den sogenannten Betriebsgeist betrifft, so können wir behaupten, dass der Mensch, befreit von den kapitalistischen Gedankengängen, in der Verbesserung seiner Lebenslage zumindest ebenso wirksame Möglichkeiten seiner Entfaltung findet wie im Geldgewinn.

Gewiss steht eine grosse Arbeit vor uns, damit die Genossenschaftsdemokratie zu lebendiger Wirklichkeit werde. Schwierigkeiten sind zu überwinden und Abweichungen gilt es zu vermeiden. Schon heute tun wir vieles auf dem Gebiete der Information und der Erziehung. Unser Geist ist kritisch, ist bereit zur Zusammenarbeit, zu direktem Kontakt mit dem Publikum, vor allem auch mit unsern Mitgliedern. Es handelt sich deshalb in erster Linie darum, unsere Tätigkeit auszugestalten und in mancher Beziehung zu verbessern.

Bis heute haben wir unsere Kräfte vielleicht zu sehr technischen Fragen zugewendet, trotzdem der Aufbau und die Aufrechterhaltung einer menschlichen Gesellschaft, die zu wirklicher Zusammenarbeit fähig ist, dieselbe Ausdauer und dieselbe Aufmerksamkeit verdient hätten. Wir wurden dazu gezwungen durch die Notwendigkeit, der Konkurrenz entgegenzutreten, durch die Sorge, gesund zu wirtschaften, und ganz einfach auch deswegen, weil materielle Fragen unserm Verstand leichter zugänglich sind als menschliche Probleme.

Um die genossenschaftliche Demokratie wirklich lebendig zu machen, ist es nötig, jedem Menschen und jeder natürlichen Gruppe den Sinn für die Verantwortung zu geben. Das gilt sowohl für das innere wie auch für das äussere Leben unserer Organisationen. Die ersten Genossenschaften arbeiteten zum grossen Teil mit freiwilligen Mitarbeitern. Die wachsende Bedeutung und die Stärke der Genossenschaften haben zur Lohnarbeit geführt, und bis heute ist dieses Problem, auf das vor allem Ch.-H. Barbier am Internationalen Genossenschaftskongress in Kopenhagen hingewiesen hat, noch nicht gelöst.

Indem wir dazu übergehen, Arbeitsbeziehungen zu schaffen, die eine genossenschaftliche Haltung verlangen, können wir den Weg öffnen zu einer grössern Verantwortung für jeden.

Die Mitglieder müssen dazu mehr zu aktiver Mitarbeit herangezogen werden. Ihre Passivität muss überwunden werden. Das kann geschehen durch die Schaffung von Studiengruppen, durch freundschaftliche Zusammenkünfte, in denen die menschlichen Kontakte im Vordergrund stehen.

Darüber hinaus ist es notwendig, dass die Genossenschaften sich noch mehr mit *allen* Gebieten beschäftigen, die den Konsumenten interessieren. Es müssen aktive Zentren der Erziehung und der *Verteidigung des Konsumenten* geschaffen werden, in denen sich die Genossenschaft nicht darauf beschränkt, sich mit denjenigen Produkten und Dienstleistungen zu beschäftigen, die sie ihren Mitgliedern selbst vermittelt. Unterstützt werden kann diese Tätigkeit durch unsere Presse, durch spezielle Broschüren, in denen alle diese Fragen, die den Konsumenten beschäftigen, behandelt werden, sei es, dass er Artikel benötigt, die wir nicht vermitteln, sei es, dass er beabsichtigt, sich ein Haus zu bauen, in die Ferien zu gehen oder ärztlicher Hilfe bedarf. Man wird mir entgegenhalten, dass vielfach derartige Institutionen bereits bestehen. Wo das der Fall ist, fehlt es offenbar daran, dass der Konsument davon nichts weiss; so ist eine weitere Aufgabe die, solche Einrichtungen bekannt zu machen.

Die blühendsten amerikanischen Genossenschaften sind auf diesem Wege vorangegangen. Sie orientieren ihre Mitglieder regelmässig über alle sie interessierenden Fragen. Die grossen Versammlungen werden vornehmlich der Schaffung menschlicher Beziehungen zwischen den Mitgliedern gewidmet und weniger der Prüfung von Bilanzen und Betriebsrechnungen. In Schweden und in der Schweiz wird wichtige Arbeit im Sinne der Dezentralisierung des genossenschaftlichen Lebens durch die Schaffung von Studienzirkeln und Arbeitsgruppen geleistet.

Die grösste Konsumgenossenschaft der Welt, die London Cooperative Society, mit mehr als einer Million Mitgliedern, hat Dienstzweige für den Kauf und den Bau von Häusern, eine Reiseagentur, eine Abteilung für medizinische Fragen, Kurse für Hauswirtschaft usw. ins Leben gerufen, ohne die zahlreichen Branchen zu erwähnen, in denen sie neben der Vermittlung von Lebensmitteln direkt tätig ist, wie Wäscherei, Coiffeursalons, Restaurants, Apotheken, Färbereien, Garagen usw.

Es ist am Platze, besonders auch darauf hinzuweisen, dass sämtliche grossen amerikanischen Genossenschaften wie auch die Konsumgenossenschaft London einen äusserst gut entwickelten Dienstzweig «Public Relations» ins Leben gerufen haben, und dass die berufliche Weiterbildung und die genossenschaftliche Erziehung des Personals eine bedeutende Rolle spielen. H. E. M.

Ein schwedisches S

und die I

Von J.

Das grosse Warenhaus der schwedischen Genossenschaftsbewegung in Stockholm, PUB, ist so organisiert, dass jede Abteilung – zum Beispiel Herrenkonfektion, Herrenhüte, Damenhandschuhe usw. – ganz unabhängig arbeitet und über eigene Einkaufs- und Geschäftsleiter verfügt. Nach dem Einkaufssystem des Warenhauses bekommt jede einzelne Abteilung auf 6 Monate im voraus eine bestimmte Summe zur Verfügung gestellt, die sie dann zur Beschaffung der für die 6 Monate erforderlichen Waren – unter Berücksichtigung des eisernen Bestandes – verwenden kann. Die Kalkulation erfolgt an Hand einer Lagerinventur zu Anfang des Halbjahres und einer Schätzung der zu erwartenden Umsätze; dabei werden die letzteren auf der Grundlage der Vorjahresergebnisse geschätzt. Aus Tabelle I geht hervor, welche Formulare dabei verwendet werden.

Dieses Einkaufssystem verfolgt dabei die folgenden Ziele:

1. Die Umsatzgeschwindigkeit in jeder Abteilung soll so hoch wie möglich sein.

2. Jede Abteilung soll einen gewissen Spielraum für ihre Arbeit haben; dabei wird berücksichtigt, was die einzelne Abteilung an Kapital, Personal, Raum und Reklamemöglichkeiten benötigt.

3. Die Geschäftsführung soll eine Gesamtübersicht und summarische Aufstellung über den Umfang der Geschäftstätigkeit erhalten.

4. Die Geschäftsleitung und die einzelnen Abteilungsleiter sollen alle 6 Monate eine Basis für die Erörterung über die Entwicklung der Abteilung, etwaige zukünftige Reorganisationsmassnahmen und eventuelle Erweiterungen erhalten. Hier kommt es vor allem auf die richtige Zeitabstimmung an.

5. Jeder Abteilungsleiter gibt allmonatlich einen Bericht heraus, in dem die Planziffern mit den tatsächlichen Ergebnissen verglichen werden, um aufzuzeigen, wie die Situation der Abteilung in Einkauf und Umsatz tatsächlich ist.

Das Einkaufssystem funktioniert wie folgt: Zunächst werden die Umsätze kalkuliert; als Kalkulationsgrundlage dienen dabei die Umsätze für die entsprechende Vorjahresperiode. Um festzustellen, ob mit hohen oder niedrigen Umsätzen zu rechnen ist, gilt es zu erörtern, ob eine Tendenz zum Wirtschaftsaufschwung oder ob Depressionstendenzen vorliegen; danach wird entschieden, ob die einzelne Abteilung in ihrem Umfang verringert oder vergrössert werden soll. Sodann wird der Verkaufswert der Lagerbestände, die die Abteilung bis zum Ende der Einkaufsperiode unterhalten soll, ermittelt. Dabei muss die Frage berücksichtigt werden, ob die Abteilung gewöhnlich auch an andere Abteilungen verkauft oder von ihnen Waren bezieht; denn das ist von Bedeutung für die Errechnung der Gesamteinkaufsziffer. Wenn an Hand der Inventur bzw. der Lagerbuchhaltung festgestellt worden ist, welchen Umfang die von der Abteilung zu Anfang der neuen Einkaufsperiode unterhaltenen Lagerbestände haben (in Tabelle I ist dies die Ziffer 80000 Kronen), so wird diese Ziffer einberechnet, und man kann dann ermitteln, wie gross die Gesamteinkaufsziffer sein wird. Hieraus ergibt sich die folgende Gleichung:

Lagerbestand zu Anfang + X (Einkaufsziffer) = Planziffer für den Umsatz + Planziffer für den Endbestand.

Wenn die Bruttoeinkaufsmenge bekannt und in angemessenen Teilsummen auf die einzelnen Monate aufgeteilt worden ist, so wird die Netto-Einkaufsziffer auf der Basis der Prozentsätze berechnet, die an Hand der Abrechnung für das Vorjahr zugeschlagen wurden. Die damit erhaltenen Ziffern werden sodann in die betreffenden Spalten des Formulars in Tabelle I (linke Seite) eingetragen, und das Formular wird ausgefüllt, indem die Planziffer bzw. Vorkalkulationsziffer für den Lagerbestand in jedem Monat eingefügt wird.

Jeder einzelne Abteilungsleiter hat ein solches ausgefülltes Formular. Etwa am 15. eines jeden Monats trägt er dann die tatsächlichen Ziffern (Betriebsergebnisse) in die entsprechende Spalte der rechten Formularseite ein.

Tabelle I — Einkauf, Verkauf und Lagerbestand — 1. Halbjahr 19

Abt. Herrenunterwäsche

	Plan- bzw. Sollziffern (Wert in schwed. Kronen)					Tatsächlich erreichte bzw. Ist- Ziffern (			
	Direkter Einkauf		Überstellungen an andere Abteilungen	Umsätze	Lagerbestände	Direkter Einkauf		Überstellungen an andere Abteilungen	Preisänderun
	Netto	Brutto				Netto	Brutto		
Lagerbestand am 1. Febr.					80 000				
Februar	1 200	1 500	—	3 500	– 2 000	11 407	14 241	– 353	+ 7
Gesamt					78 000				
März	11 200	14 000	—	10 000	+ 4 000	10 780	13 492	– 149	– 1
Gesamt	12 400	15 500	—	13 500	82 000	22 187	27 733	– 502	+ 6
April	10 800	13 500	—	10 500	+ 3 000	12 560	15 661	– 81	–
Gesamt	23 200	29 000	—	24 000	85 000	34 747	43 394	– 583	+ 6
Mai	16 800	21 000	—	14 500	+ 6 500	16 086	20 158	– 532	–
Gesamt	40 000	50 000	—	38 500	91 500	50 833	63 552	– 1 115	+ 6
Juni	13 600	17 000	—	26 500	– 9 500	13 251	16 585	– 2 350	– 23
Gesamt	53 600	07 000	—	65 000	82 000	64 084	80 137	– 3 465	– 18
Juli	14 500	18 500	—	20 500	– 2 000				
Gesamt	08 100	85 500	—	85 500	80 000				

m für den Einkauf
rkontrolle

ckholm

An Hand der obigen Unterlagen sucht sodann der Einkäufer die Lagerbestände in Höhe der Sollziffer zu halten. Ein besonders wichtiger Faktor ist hier der, dass man versuchen muss, die Einkäufe gleichmässig über die ganze Saison zu verteilen. Im wesentlichen geschieht der Einkauf so, dass die Lieferung schon zu Anfang der Saison erfolgt; die dem Einkäufer zur Verfügung stehende Summe muss jedoch unbedingt so vorsichtig verwendet werden, dass auch Gelder für unerwartete Einkäufe zur Verfügung stehen. Dieser letztere Punkt ist vor allem bedeutsam, wenn es sich um Modeartikel handelt. Um die Einkaufskontrolle zu erleichtern, wird der Gesamtbetrag der Bestellungen pro Liefermonat von der Abteilung in das Formular eingetragen, so dass der Einkäufer stets einen Überblick über die Gesamtsumme hat, die er im Laufe eines bestimmten Monats ausgegeben hat.

Das obige Einkaufssystem gelangt generell für alle Abteilungen des Warenhauses zur Anwendung. Bei den meisten Abteilungen ist es allerdings erforderlich, weitere Einzelheiten über die einzelnen Artikel zu geben. Zu diesem Zweck teilen die einzelnen Abteilungen ihren Lagerbestand in Kategorien auf oder führen die Bestände unter Code-Ziffern auf. Innerhalb jeder Kategorie oder Codeziffer wird dann die Preisskala festgelegt, die als Richtschnur dienen soll.

Bei der Aufspaltung der Lagerbestände nach Codeziffern wird das Prinzip verfolgt, nach natürlichen Eigenschaften zu unterscheiden (so zum Beispiel Männerunterkleidung, farbige Pullover, weisse Pullover usw.).

Der Grundsatz für die Festlegung der Preisskala lautet so, dass unter einer bestimmten Codeziffer eine bestimmte Reihe von Preisen festgelegt wird, die dann beachtet werden muss; so können zum Beispiel drei verschiedene Preise festgelegt werden. Es ist nicht unbedingt notwendig, die Preise für die ganze Zeit festzulegen, etwa in der Art, dass man die drei Preise Kr. 2.50, Kr. 4.50, Kr. 6.50 als fest annimmt; denn die Erfahrung kann unter Umständen zeigen, dass der Preis Kr. 5.00 eher angebracht ist als Kr. 4.50. In solchen Fällen werden die alten Preise einfach ausgestrichen und neue eingetragen. Die alten Preise sollten dann aber nicht als Richtpreise beibehalten werden, denn damit würde das ganze System aus den Fugen geraten, weil dann nicht mehr drei, sondern vier Richtpreise gegeben wären.

Der Vorzug, der darin liegt, eine gewisse begrenzte Preisspanne an Hand dieser Richtsätze festzulegen, ist leicht ersichtlich. Hier dürfte es genügen, einige wenige dieser Vorteile anzufügen, die sich nach Ansicht des Warenhauses ergeben haben:

1. *Vorteile für den Einkauf.* Der Einkäufer hat genau die bisherigen Erfahrungen über die Preisgestaltung des betreffenden Artikels, um den er sich bemüht, vor Augen. Dies bedeutet, dass er schon zu einem vorher festgelegten Preise einkauft und sich nicht um die Mitteilungen des Lieferanten im Hinblick auf das Sortiment zu kümmern braucht.

2. *Verkaufsvorteile.* Im allgemeinen wird für den Kunden die Auswahl erleichtert; denn die Preisdifferenzen zeigen deutlich die Verschiedenheiten in der Qualität. Regelmässige Kunden lernen bald das System der Preisabstufung und können sich dann entscheiden, welchen Preis sie zahlen wollen. Dadurch wird die Verkaufsarbeit erleichtert und geht schneller vonstatten.

3. *Vorteile für die Lagerhaltung.* Da eine gewisse Summe für die Lagerhaltung zur Verfügung steht, ist es leichter, ein volles Sortiment in einigen wenigen statt in einer grossen Zahl von Preiskategorien zu halten, wie es zum Beispiel der Fall wäre, wenn man Herrenanzüge in 28 verschiedenen Grössen hält. Wenn der Kunde verschiedene Stoffe in jeder Preiskategorie verlangt, so ist es offensichtlich am besten, dass eine Begrenzung in der Lagerhaltung stattfindet, indem die Preisspannen beschränkt werden.

Mit Hilfe von Codeziffern und Preisgruppierungen kann eine enge Verbindung aufrechterhalten werden zwischen dem Lagereinkauf und dem Einkaufssystem, das bereits erwähnt wurde. In der Tabelle II wird ein Formular gezeigt, das in diesem Falle benutzt wird; hier wird eine Kalkulation zum Beispiel zur Herbst-

…Kronen)	
…sätze	Lagerbestände
	79 366
[illegible] 570	+ 2 789
	82 155
[illegible] 498	+ 4 735
[illegible] 368	86 890
[illegible] 919	+ 6 660
[illegible] 287	93 550
[illegible] 508	+ 7 107
[illegible] 795	100 657
[illegible] 791	— 20 087
[illegible] 586	80 570

Warenart:
Farbige Pullover

Tabelle II

Herbstsaison 19.. Abt. 112
Code 11

Preis (in schwed. Kronen)	Verkäufe in der Herbstsaison	Lagerbestand am 3. Januar	Lagerbestand am 3. Juli	Geplante Einkäufe (Sollziffern)	Geplante Umsätze (Sollziffern)	Geplanter Lagerbestand bei Saisonende (Sollziffer)	Tatsächlich getätigte Einkäufe (Ist-Ziffer)	Bemerkungen
3,90	2	37	—	—	—	—	—	—
4,50	13	50	2	—	—	2		
5,50	19	92	123	—	50	73		
6,50	159	155	115 }					
				40	160	100	25 + 5	
7,50	1	22	105 }					
8,50	167	202	115	160	175	100	50 + 60	
10,50	99	98	54	105	100	59	40 + 30	
12,50	48	67	45	35	50	30	20	
15,00	7	29	24	—	10	14		
18,50	—	5	7	—	4	3		
	515	757	590	340	549	381		3 160 Kr.

saison 1950 gegeben. Diese Ziffern findet man dann unter der Überschrift «vorige Herbstsaison» eingetragen, zusammen mit den Lagerbeständen am Ende der Saison im Januar 1951. Die ausgefüllten Formulare für alle Codes werden dann dem Abteilungsleiter ausgehändigt, der damit eine vollständige statistische Übersicht über den Verkauf seiner Abteilung zur Verfügung hat. Wenn er dann später seine Einkäufe für die neue Herbstsaison tätigt, macht er seine Eintragungen in die Spalte «Lagereinkauf». Gleichzeitig stellt er eine Kalkulation in bezug auf die «Planverkäufe» (kalkulierten Umsätze) und «Plan-Lagerbestände» (kalkulierten Lagerbestände) für das Ende der Saison auf, wobei er sich von den Ziffern leiten lässt, die ihm die statistische Abteilung übermittelt. Sodann wird die Inventur durchgeführt, und das Ergebnis wird unter der Überschrift: «Lagerbestand am 31. 7. 1950» eingetragen. Nun weiss der Einkäufer genau, welche Lagerbestände übriggeblieben sind, wieviel nach dem Plan verkauft werden soll und wieviel am Ende der Saison planmässig auf Lager sein soll, damit das bestmögliche Sortiment für die Abteilung gesichert wird. Dann bleibt nur noch zu berechnen, welche zusätzlichen Lagerbestände eingekauft werden sollen, um schliesslich bei der folgenden Gleichung anzugelangen:

Lagerbestand am Anfang + X (getätigter Einkauf) = geplante Umsätze + Lagerbestand am Ende.

Wenn die Plankalkulation für alle Codes durchgeführt ist, so werden die Ergebnisse dem Büro übermittelt, das dann ausrechnet, auf welche Summe sich die geplanten Einkäufe belaufen (in Tabelle II: Kr. 3160.–). Die so ermittelte Summe wird dann mit den geschätzten Ziffern verglichen (siehe Tabelle I: «Direkter Einkauf»); das bedeutet, dass der Abteilungsleiter genaue Informationen zur Verfügung hat, aus denen hervorgeht, wie sich der von ihm geschätzte Einkaufsbedarf zu der Geldsumme stellt, die ihm zur Verfügung steht. Wenn er zuviel berechnet, kann er das leicht korrigieren.

Es ist nun nicht so, dass der Einkäufer dann einfach blindlings auf der Grundlage der Vorkalkulation einkauft, denn er kann ohne Schwierigkeiten feststellen, wo die Berichtigung der Vorkalkulationsziffern wahrscheinlich Komplikationen verursachen wird, und damit kann er sich ständig innerhalb seiner vorgeschriebenen Grenzen halten.

Das Ziel ist, vor allem den Umsatz der einzelnen Abteilungen so hoch wie möglich zu halten, bzw. – mit anderen Worten – darauf zu achten, dass nicht unnötig hohe Lagerbestände gehalten werden. Das Warenhaus «PUB» hat dieses Einkaufssystem in Vergangenheit und Gegenwart mit grossem Erfolg in Anwendung gebracht. Aus den folgenden Tatsachen geht hervor, wie gut sich dieses System über die wirtschaftlichen Schwankungen der Jahre 1926 bis 1936 hinweg bewährt hat: Die Umsätze des Warenhauses erhöhten sich von 1,55 Mill. Kronen im Jahre 1926 auf 2,59 Mill. Kronen im Jahre 1934 bzw. 2,50 Mill. Kronen 1935. Während die Verkäufe für 1934 und 1935 aber ungefähr auf gleicher Höhe lagen wie 1926, lagen die durchschnittlichen Lagerbestände für diese beiden Jahre um nahezu 2 Mill. Kronen unter denen von 1926. In der Depressionszeit der frühen dreissiger Jahre, als die Preise überall sanken, konnte die Umsatzgeschwindigkeit unseres Warenhauses recht gut gehalten werden, und die sorgfältige Beachtung der oben erwähnten Kalkulationsmethode führte sogar zu einer Erhöhung der Umsatzgeschwindigkeit, noch ehe die Verkäufe infolge der allgemeinen Erholung absolut anstiegen. Ausserdem sind damit nun keine grossen Preisherabsetzungen oder «Ausverkäufe» mehr notwendig.

(Aus der «Internationalen genossenschaftlichen Rundschau», Nr. 5, 1952.)

«L'ASSOCIÉ»

Die welsche Sektion des *Schweizerischen Verbandes sozialer Baubetriebe*, der nationalen Vereinigung von Arbeitern, genossenschaftlich organisierten im Baufach tätigen Unternehmen, (Maurer, Zimmerleute, Bauschreiner, Schlosser, Spengler, Installateure, Dachdecker, Gipser und Maler, Tapezierer, Hafner und Plattenleger, Elektriker, Glaser, Möbelschreiner, Parkettleger, Gartenbauer) gibt in Genf eine in ihrem Umfang allerdings – vorläufig ? – sehr bescheidene Zeitschrift heraus, deren zweite Nummer eben erschienen ist. «L'Associé» ist ihr Titel; «Der Teilhaber» also, in einem Wort zugleich auch gerade das Programm der Produktivgenossenschaften. Teilhaber nämlich wollen alle diese genossenschaftlich organisierten Berufsarbeiter sein an der Verantwortung um ihr Gemeinschaftsunternehmen, aber auch am Ertrag aus ihrer Hände Arbeit.

*

Niemals waren die Menschen einsamer als gerade heute. Trotz Zeitungen und Radio, Film und Fernsehen, Telephon und Telegraph, Eisenbahn und Flugzeug, trotzdem jedermann gewissermassen die Welt auf Zeitungspapier ins Haus geliefert und auf der Kinoleinwand serviert wird, trotz all den Radiostimmen, die durch offene Fenster sogar auf der Strasse über ihn herfallen, trotz all dem ist der Mensch allein.

Einsam geht er durch seinen Alltag, allein unter vielen, die ihn nichts angehen und die er nichts angeht. Die unter Diktatur in so kurzer Zeit erstandenen und vergangenen Volksgemeinschaften vermochten mit all ihrem Herdenkult und ihrer Massenphilosophie nicht diese Einsamkeit zu bannen. Es ist einmal dem Menschen wie von höherer Macht auferlegt, allein zu sein, solange er sich nicht freiwillig und bewusst zu dem entschliesst, was ihn dem Mitmenschen verbunden macht.

Es gibt zwar die Ehe. Aber die Ehe betrifft einzig das private Leben; und ist sie nicht allzu oft sogar nichts anderes als das Nebeneinander von zwei Einsamkeiten ? Wie soll dann erst im beruflichen Leben einer für den andern freundschaftlich einstehen können, wenn keiner teil hat am andern, wenn dem Arbeiter die Verbundenheit mit dem Mitarbeiter fehlt ?

Der «Assoziationismus» geht in früheste Zeit zurück; man findet seine verschiedenen Erscheinungsformen in den antiken Zivilisationen Chinas, Griechenlands und Roms. In seiner modernen Gestalt geht er zurück auf die französischen Sozialformer, von *Saint-Simon* zu *Pecqueur*, von *Fourier* zu *Proudhon*, von *Considérant* zu *Louis Blanc*, die eine Unzahl neuer Ideen in die Welt setzten, massenhaft Bücher schrieben und Zeitungen gründeten und eine Menge von sozialen Vereinigungen und «Sekten»

schufen. Vom 1796 herausgegebenen *Manifeste des égaux* zu der 1843 von Considérant als Tageszeitung herausgegebenen «*Democratie pacifique*» und zur Gründung der *Ecole sociétaire* als einer «Partei der sozialen Verbundenheit (association), der Organisation, der Arbeit und des Friedens» findet man immer wieder den gleichen Grundgedanken und den gleichen Willen: den Arbeiter wirtschaftlich und sozial zum «Teilhaber» zu machen, mitverantwortlich an der Güterproduktion und -vermittlung und am Ertrag beteiligt. Durch den Zusammenschluss mit seinesgleichen wird der Arbeiter sein eigener Herr und Meister, werden sie alle miteinander ihre eigenen Herren und Meister. Durch den Zusammenschluss wird die Welt ein anderes Gesicht erhalten. Auch Proudhon denkt nicht anders. Für ihn geht die Wandlung der sozialen Ordnung über den Weg der Gerechtigkeit, und der Begriff der Gerechtigkeit ist für ihn eine Konvention auf Gegenseitigkeit und auf der Grundlage der Gleichheit. In seinem berühmten Brief an Karl Marx vom 17. Mai 1846 (zwei Jahre vor dem Kommunistischen Manifest) schreibt er: «... wir dürfen nicht revolutionäres Vorgehen als Mittel der Sozialreform ausgeben, denn dieses Mittel wäre eine Berufung auf die Gewalt, die Willkür, auf etwas, das im Widerspruch zu seinem Zwecke steht.»

Wenn die Arbeiter-Produktivgenossenschaften der welschen Schweiz heute eine Zeitung unter dem Namen «*L'Associé*» gründen, so können sie sich auf berühmte Vorfahren berufen. Sie nehmen damit eine gute alte Überlieferung der wirtschaftlichen Hilfe auf Gegenseitigkeit, des Assoziationismus, des Gedankens genossenschaftlicher Zusammenarbeit auf.

Aber sie haben darin nicht nur Vorfahren; sie haben auch Geschwister. Wir denken dabei an ausgezeichnet redigierte und von hohem Sinn getragene Zeitungen wie «*La Coopération de production*», des Organ der französischen Produktivgenossenschaften, wo unser Freund Antoni die Methoden der genossenschaftlichen Arbeitsorganisation mit mancherlei neuen Gedanken belebt, oder wie «*The Cooperative Produktive Review*», das Organ der britischen Produktivgenossenschaften, dem Arthur Hempstock begeisternden Schwung zu geben verstand.

Für uns Konsumgenossenschafter ist die Feststellung höchst erfreulich, dass einer der schönsten und fruchtbarsten Zweige am Baume der Genossenschaftsbewegung gut gedeiht. Vielen unter uns liegt auch die Sache der Produktivgenossenschaften, in die sie besonderes Vertrauen und grosse Erwartungen setzen, speziell am Herzen. Beweisen sie uns nicht, dass es möglich ist, das Stadium der Lohnarbeit zu überwinden und auf friedlichem Wege durch eine Teilhaberschaft zu ersetzen?

Wir wünschen dem neuen Blatt der westschweizerischen Produktivgenossenschaften, dessen schöner Name Überlieferung und Zukunft verknüpft und zugleich ein ganzes Programm verkündet, Glück auf einen langen Lebensweg. *C. B.*

Genossenschaft ALLWAR

Zur gleichen Zeit, da sich Direktor Steinmann und Paul Sütterli auseinandersetzen, geschehen aber noch andere Dinge. Es ist verständlich, dass Sütterli aus seiner Einstellung heraus Direktor Steinmann nicht verstehen kann. Er weiss nur, dass es der Wille des Geschäftsleiters ist, dass man sich mit den beruflichen und betriebsinternen Fragen nicht nur beschäftigt, sondern diese auch diskutiert. Aber er kann zunächst einfach nicht daran glauben, dass das helfen soll.

Was jedoch Paul Sütterli nicht kann, das können Fräulein Schmid und Peter Stramm schon besser. Bereits am nächsten Mittag kennt man schon im ganzen Café «Traumschloss», wo sich Fräulein Schmid mit ihren Freundinnen trifft, die neuesten «Skandale» aus der Genossenschaft Allwar. Ebenso wissen auch die Klasse 2e des Kaufmännischen Vereins und der Fussballklub «Gola», was sich jüngst in den Geschäftsräumen der Genossenschaft «wieder abgespielt» hat.



Da sowohl die Freundinnen von Fräulein Susi, als auch die Kollegen des Lehrlings Paul für allerneueste Geschichten immer dankbar sind, haben bereits in den nächsten Tagen zahlreiche andere Firmen davon Kenntnis, dass in der Genossenschaft Allwar «ganz merkwürdige Dinge geschehen». Wenn es sich auch nur um Klatsch handelt, so beginnt man doch da und dort Schlüsse zu ziehen.

«Ach ja, die Genossenschaft Allwar», kann man etwa vernehmen, «das ist auch so ein Unternehmen, in dem die Angestellten und die Arbeiter regieren, weil die Geschäftsleitung ihrer Sache nicht sicher ist...»

Besonders aber in andern Firmen, vornehmlich in Handelsfirmen gleicher Art wie die Genossenschaft Allwar, hat man gerne ein offenes Ohr für derartige Gerüchte. Obwohl man genau weiss wie solche entstehen, ist man gerne geneigt, die weniger erfreulichen Tatsachen über die Konkurrenz weiterzutragen. Diese Handelsgenossenschaft ist ja schliesslich ein neues Unternehmen, ohne das man hätte sein können: es ist eigentlich alles erfreulich, was dessen Stellung schwächt. Da und dort beginnt man mit grösserer Aufmerksamkeit «Material zu sammeln» und auf Grund dessen hin und wieder «Mitteilungen» weiterzugeben, die zwar vielleicht nicht ganz stimmen, im grossen und ganzen aber doch ein Hinweis darauf sein können, dass die Genossenschaft Allwar mit innern Schwierigkeiten zu kämpfen hat.

Es dauert einige Zeit, bis sich Direktor Steinmann und sein engster Mitarbeiter, Prokurist Leuenberger, einen Überblick über die Auswirkungen solcher «Gespräche» geschaffen haben. Nun aber erkennen sie, in welche Gefahr das ganze Unternehmen dadurch gebracht wird, und es ist ihr stärkstes Bestreben, gerade hier Abhilfe zu schaffen. Gy.

Die Bewegung im Ausland

Dänemark. Die vor kurzem veröffentlichten Statistiken gestatten es, die Umsatzentwicklung die der private Detailhandel in den letzten Jahren genommen hat mit demjenigen der dänischen Genossenschaftsbewegung zu vergleichen.

	Index des privaten Kleinhandels	Index des genossenschaftlichen Kleinhandels	Umsätze der Genossenschaften in Millionen Kronen
1947	100	100	558
1948	103	109	609
1949	107	125	697
1950	115	147	822

Norwegen. *Genossenschaftliche Esperantisten in Oslo.* «Die Esperanto-Bewegung arbeitet über alle Landesgrenzen hinweg, und dasselbe macht auch die Genossenschaftsbewegung», sagte Abteilungsleiter Reinhold Kverno vom Verband norwegischer Konsumvereine, als er während des Weltkongresses der Esperantisten in Oslo vom 2. bis 9. August die genossenschaftliche Esperantoliga auf Esperanto begrüsste.

Die Genossenschafter hatten während des Kongresses ihre eigenen Branchekonferenzen. Sie standen unter der Leitung des Engländers A. A. Ager, der Präsident der Internationalen genossenschaftlichen Esperantoliga ist. Er konnte von grossen Fortschritten der Liga in England, Japan, Spanien, Polen und der Tschechoslowakei berichten. In England haben zum Beispiel die Genossenschaften mehrere Propagandaplakate mit Esperantotext herausgegeben. Auch die norwegische Genossenschaftsbewegung mit dem Verband norwegischer Konsumvereine an der Spitze hat für diese internationale Sprache ein grosses Interesse an den Tag gelegt. Im Zusammenhang mit dem Esperantokongress gab der Verband norwegischer Konsumvereine eine Broschüre in Esperanto über seine Tätigkeit heraus und lud ausserdem alle Tagungsteilnehmer zu einer Zusammenkunft in der Genossenschaftsschule in Baerum ein.

— *Redaktor Eivind Rasten †.* Am 16. Juli verunglückte beim Baden im Oslofjord der Redaktor der norwegischen Genossenschaftszeitschrift «Kooperatøren». Geboren 1906, war er während des zweiten Weltkrieges als Widerstandskämpfer nach Amerika gekommen. Redaktor der Genossenschaftszeitschrift wurde er erst am 1. Januar 1949, wusste sich aber in der kurzen Zeit, während er diese Aufgabe erfüllen konnte, eine angesehene Stellung zu verschaffen. h.

Skandinavien. Nachdem die skandinavische Grosseinkaufsgesellschaft während der Kriegszeit ihre Tätigkeit stark einschränken musste, kann sie nun dank der seit Kriegsende eingetretenen Liberalisierung des Aussenhandels einen sichtbaren Aufschwung feststellen. 1951 hat sie einen Umsatz von 250 Millionen dänischen Kronen erzielt, davon entfallen auf den Hauptsitz in Kopenhagen 92 Millionen und auf die Zweigstelle in London 158 Millionen. Die Zunahme im Vergleich zum Vorjahr beträgt nicht weniger als 80 Millionen Kronen oder 47%. Beteiligt an dieser Grosseinkaufsgesellschaft sind die fünf skandinavischen Staaten Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen und Island. Der Hauptabnehmer ist der schwedische Genossenschaftsverband mit 68%, dann folgen der dänische Genossenschaftsverband und die finnische Grosseinkaufsgesellschaft mit je 12%.

Der norwegische Genossenschaftsverband ist mit 6% daran beteiligt, und die isländische Grosseinkaufsgesellschaft mit 2%. Gewichtsmässig betrachtet, hat der Umsatz 1951 87500 Tonnen betragen, davon entfallen 41000 Tonnen auf Rohstoffe für die Ölfabrikation, 13200 auf Salz, 12900 auf Kaffee, 6300 auf frische Früchte, 3400 auf Gummi und 2300 auf getrocknete Früchte.

Verbandsdirektion

Der *Kreisverband V* hat seine diesjährige Herbstkreiskonferenz auf Samstag, 18. Oktober 1952, nachmittags, nach Aarau angesetzt.

Der *Kreisverband X* wird seine Herbstkonferenz am *19. Oktober* in *Ascona* abhalten.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Gesucht in modern eingerichteten Bäckerei-Konditorei-Betrieb jüngerer, tüchtiger **Bäcker-Konditor.** Arbeitsbedingungen nach GAV. Bei zufriedenstellenden Leistungen überdurchschnittliche Bezahlung. AIH-Versicherung. Interessenten wollen ihre Anmeldungen unter Beilage von Photo, Zeugnisabschriften, Referenzen und Angabe des frühesten Eintrittstermins richten an die Verwaltung des Konsumvereins Davos.

Angebot

Filialleiterin, 25 ½ Jahre alt, deutsch, französisch und englisch sprechend, vertraut mit modernen Verkaufsmethoden, sucht Stelle als Filialleiterin in Lebensmittelgeschäft (auch Kenntnisse in Gemischtwaren). Wohnung wird gewünscht. Gute Zeugnisse vorhanden. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten mit Arbeits- und Lohnbedingungen unter Chiffre 1.11/66 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, Rue duc Marché 18, Genf.

Junger, selbständiger, flinker **Bäcker,** der in grösseren Konsumbäckereien mit Erfolg gearbeitet hat, sucht Stelle per sofort oder nach Übereinkunft. Zeugnisse und Referenzen sind vorhanden. Offerten unter Chiffre 1.11/65 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, Rue du Marché 18, Genf.

ZENTRALVERWALTUNG

Wir haben die schmerzliche Pflicht mitzuteilen, dass

Herr **Paul Gysin**

geboren 1920, Mitfahrer in der Speditionsabteilung, der seit 1946 im Dienste des V. S. K. stand, in der Nacht vom 24. auf den 25. August an den Verletzungen, die er sich bei einem schweren Auto-Unglück im Wallis zugezogen hatte, gestorben ist.

Wir werden diesem treuen Mitarbeiter stets ein gutes Andenken bewahren. Den Angehörigen sind ein Kondolenzschreiben und ein Trauerkranz zugestellt worden.

INHALT: *Seite*

Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:

Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag

Insertionstarif:

Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite